

Desde los «efectos» mediáticos hasta la influencia cultural: fundamentos analíticos para una interpretación simbólica de las noticias

María Luengo Cruz

Universidad Carlos III de Madrid
Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual
28903 Getafe (Madrid). España
maria.luengo@uc3m.es

Data de recepció: 18/12/2008

Data d'acceptació: 8/9/2009

Resumen

Este artículo ofrece el marco teórico de la sociología cultural para situar las cuestiones sobre efectos y poder mediáticos en una dimensión simbólica que trasciende la división entre teorías funcionalistas y críticas de los medios de comunicación. Estas teorías presuponen la «materialidad» de unas prácticas que deberían ser sustituidas por una concepción narrativa de las noticias. Tras introducir los elementos para proceder a esta lectura simbólico-narrativa, el estudio analiza un relato periodístico: la agresión racista y xenófoba en un tren de Barcelona en octubre de 2007.

Palabras clave: epistemología, sociología cultural, análisis narrativo, efectos, poder, medios de comunicación, noticia, periodismo.

Abstract. *From the effects of the media to cultural influence: analytical foundations for a symbolical interpretation of the news*

This article provides the theoretical framework of cultural sociology to position arguments on the effects and power of the media in a symbolic dimension that transcends the division between the functionalist and critical theories of the effects of the media. These theories presuppose the «materiality» of media practices which should be replaced by a more narrative concept of the news. Drawing on the field of narrative studies, cultural sociology of the media demonstrates how an analogy can be drawn between journalist discourses and narrative ones. After introducing this symbolic-narrative perspective, the study shows the application of these categories to the interpretation of a news story: the racist attack on a Barcelona train in October 2007.

Key words: epistemology, cultural sociology, narrative analysis, effects of the media, power of the media, news, journalism.

Sumario

	Introducción	Conclusiones
1. El marco teórico de la sociología cultural		Referencias bibliográficas
2. Elementos de análisis narrativo		Publicaciones periódicas
3. Las noticias en el contexto cultural de la inmigración		

Introducción

Las teorías principales sobre la influencia social de los medios se han desarrollado a partir de un presupuesto común: el materialismo que subyace a enfoques positivistas y neomarxistas. Así, pese a la disparidad de referentes ideológicos y criterios de método, investigadores positivistas de los «efectos» están convencidos de que las cuestiones de influencia mediática hallan respuesta en la «materialidad» de unas prácticas empíricas, verificables, que responden de forma efectiva a una serie de funciones sociales.

Para los teóricos de la agenda *setting*, uno de los modelos prototípicos, los medios «fijan» en la agenda pública los temas de interés social y, al hacerlo, inciden en las decisiones de los ciudadanos¹. Esta influencia se debe tanto a los asuntos destacados por las noticias, como al modo en el que estos temas se enmarcan. Y esta «función» de fijar y enmarcar la agenda pública otorga un papel prioritario a las instituciones mediáticas en la configuración de creencias o actitudes ciudadanas hacia programas, actuaciones, instituciones y líderes políticos². La teoría del establecimiento de la agenda por parte de los medios destaca, además, la cantidad de noticias que los medios suministran al público, de manera que ésta supone ya un indicio del poder y la influencia mediáticos.

Por su parte, las teorías de los «efectos limitados» subrayan lo contrario a lo teorizado por la teoría de la «agenda *setting*». Frente al poder mediático, las personas seleccionan y determinan los mensajes en función de sus comportamientos, usos y gratificaciones, valores, creencias o ideologías³. Este otro enfoque se centra en el estudio de un público activo capaz de neutralizar la influencia de los mensajes.

Este poder de los medios sobre el público, y de éste sobre los medios —que no deja de presuponer el poder mediático o formularse a partir de esta premisa para insistir en su rechazo—, se advierte también entre las teorías críticas

1. MCCOMBS, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
2. FUSTES, C.; LUENGO, M.; SOTO, O. (2008). «The interaction among the citizens' agenda, the media agenda and the political agenda in the process of the configuration of public opinion in Spain: housing, gender based violence and homosexual marriage». *The 2nd ECPR Graduate Conference*, Barcelona (www.essex.ac.uk/ecpr/events/graduateconference/barcelona/papers/281.pdf).
3. LULL, J. (2008). «Los placeres activos de expresar y comunicar». *Comunicar*, 30, p. 21-26.

de la «hegemonía cultural», así como en sus detractores, unas y otras de cuño neomarxista. Para los teóricos de la «hegemonía», quienes se encuentran en una situación de dominio social se sirven del poder de los medios para inculcar su visión de la sociedad. Pero este proceso de influencia ideológica —proponen los «críticos» de la crítica a la hegemonía cultural— provoca diferentes actitudes de aprobación, negociación o resistencia hacia la cultura dominante⁴. Si bien la actitud conformista mantiene el statu quo del grupo dominante, la negociadora y opositora potencian la actividad del público frente a la acción de unos medios que trabajan para mantener el orden social de dominio y subordinación.

En cualquiera de los razonamientos, las teorías parten del mismo presupuesto analítico: el poder de los medios es fáctico; su influencia en la sociedad puede «medirse», pues responde a las variables «duras», materiales, «reales», a las fuerzas empíricas del orden social⁵.

Este artículo replantea las nociones de «efecto» y «poder» mediáticos desde la perspectiva de una sociología cultural. Esta perspectiva ha sido propuesta en el ámbito de la teoría social por autores como J. C. Alexander⁶ y aplicada a problemas de identidades, conflictos y representaciones sociales. Como seguidamente veremos, se trata de una aproximación que enfatiza el sistema cultural frente a la estructura social.

El primer apartado plantea las claves teóricas de la sociología cultural en relación con el estudio del periodismo. El segundo ofrece un esquema de lectura para proceder a un análisis cultural de las noticias. El tercero y último se dirige a un doble objetivo: por un lado, ejemplifica la teoría (a modo de compromiso con la praxis o acción humana de la propia perspectiva cultural) y, por otro, abre camino a la interpretación de un relato periodístico concreto.

1. El marco teórico de la sociología cultural

Es difícil dilucidar quién influye en quién en el complejo proceso de la recepción social de las noticias: el público habla de aquellos temas destacados frecuentemente en los medios, según mantienen los teóricos de la «agenda setting», pero ¿cómo llegaron dichos temas a las noticias por primera vez?, se pregunta Michael Schudson⁷. Según advierte este autor, si los medios influyen en la percepción del acontecimiento, esta influencia es esencialmente cultural⁸.

4. HALL, S. (1980). «The Television Discourse: Encoding and Decoding». En: HALL, S.; HOBSON, D.; LOWE, A.; WILLIS P. (eds.). *Culture, Media, Language*. Londres: Routledge.
5. En el caso de la tradición neomarxista, esta idea ha sido desarrollada ampliamente en LUENGO, M. (2006). «Fundamentos y carencias de los estudios culturales: una revisión teórico-crítica del ámbito *popular culture*». *REIS*, CIS: 115, p. 101-133.
6. ALEXANDER, J. C. (2003). *The Meanings of Social Life: A Cultural Sociology*. Oxford/Nueva York: Oxford University Press.
7. SCHUDSON, M. (2003). *The Sociology of News*. Nueva York: Norton.
8. SCHUDSON, M. (1989). «How Culture Works: Perspectives from Media Studies on the Efficacy of Symbols». *Theory and Society*, 18, 2, p. 153-180.

La reflexión cultural de los efectos que sugerimos califica tales efectos de *culturales*. En este sentido, se distancia de la idea de causalidad que nutre los paradigmas funcionalistas y que expresa la propia noción de «efecto». El modelo cultural presupone que las actividades de comunicación pública forman parte de la cultura. Y la cultura no es algo a lo que puedan ser atribuidos de forma causal actitudes y acciones del público; es una dimensión, un «contexto» —en términos de C. Geertz— en el que hechos, comportamientos, instituciones o procesos pueden ser descritos inteligiblemente⁹. La cultura y los medios —éstos como parte de aquélla— entretejen la estructura social desde dentro. Estudiar los medios desde una perspectiva cultural requiere concebirlos como instituciones dedicadas a «la actividad productiva, transmisora y receptora de formas simbólicas», según la definición de J. B. Thompson¹⁰.

Lo propio de las instituciones mediáticas es la organización de tales actividades que tienen como cometido primordial generar material simbólico. Los medios se convierten así en los gestores de un poder simbólico, que no es ni económico ni político, al igual que otras instituciones sociales, como las escuelas o las iglesias.

Desde la perspectiva de la sociología cultural, sólo un compromiso «serio» con la independencia de la cultura respecto a los poderes fácticos abre una vía sólida de análisis cultural más allá de propuestas de formulación ideológica como los *cultural studies*¹¹. Los significados culturales revisten un poder simbólico capaz de dirigir la acción social. No se ignora los factores materiales que interfieren en la actividad cultural, pero se apuesta por el estudio de los significados en sí mismos, no en relación a otras variables. La perspectiva incorpora el modelo de una «hermenéutica estructural», esto es, un paradigma de interpretación de formas simbólicas en su contexto, que orienta el estudio de textos y acciones, respectivamente, a sus dimensiones narrativa y dramática.

Trasladada a los medios, esta perspectiva implica una serie de compromisos epistemológicos por los que autores como Schudson han optado al plantear una aproximación al periodismo desde la cultura¹². Este autor parte de la distinción entre lo material y lo simbólico, adscribe la cultura a lo simbólico y propone estudiar el objeto cultural aislado de las acciones o instituciones que podrían encarnarlo (ver la televisión, leer el periódico, acudir a una ceremonia religiosa, etc.). Las instituciones mediáticas contemplan las prácticas sociales, materiales, observables empíricamente. Por tanto, tiene sentido que muchas de las aproximaciones sociológicas a los medios incidan en los aspectos técnicos, políticos, económicos o ideológicos. Pero no son estos los elementos que

9. GEERTZ, C. (1990). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

10. THOMPSON, J. B. (1998). *Los medios y la modernidad. Una teoría de la comunicación*. Barcelona: Gedisa, p. 33.

11. Cfr. ALEXANDER, J. C. (2003), op. cit.

12. En LUENGO, M. (2008). «El producto cultural: claves epistemológicas de su estudio». *ZER*, 13 (24), p. 317-335, el lector puede encontrar un análisis sobre las contribuciones de M. Schudson a la consideración cultural del periodismo.

definen propiamente la naturaleza de la información periodística. Las noticias son prioritariamente objetos culturales, no bienes de consumo ni formas de la política. Por ello, no actúan directamente en la sociedad ni son causa de «efectos», como entienden los modelos funcionalistas. Dicho de otro modo, las innumerables funciones sociales que le han sido asignadas al periodismo no agotan su naturaleza cultural y simbólica.

El análisis cultural se centra entonces en el producto, la noticia, y lo define desde un punto de vista textual. Las noticias son relatos que adoptan tipos de narración accesibles al gran público. Los periodistas —mantiene Schudson— «asimilan el nuevo acontecimiento aparentemente novedoso, único y sin precedentes a maneras familiares de entender el mundo»¹³. Es decir, el quehacer periodístico incorpora cierta «sustancia» humana que, en el orden simbólico, traspasa las rutinas productivas y las ideologías asociadas al discurso periodístico y alcanza a la sociedad hasta llegar al núcleo de sus actitudes morales y culturales.

De acuerdo con Schudson, las noticias poseen un «contenido» y una «forma»¹⁴. El contenido hace referencia a los «temas» y a las «ideologías», objetos de los análisis funcionalistas y críticos de los medios, y, por tanto, conduce a cuestiones de agenda *setting* y hegemonía. Por su parte, la forma remite a los principios narrativos que guían la construcción de informaciones noticiosas, al interés humano de la historia o a los elementos visuales y lingüísticos que ponen en la escena pública unos hechos.

Por tanto, la forma «significa» un contenido y, a su vez, lo trasciende para «simbolizar» algo más que el público reconoce de manera más o menos consciente. En la forma, las noticias contienen una «audiencia implícita» o una imagen del «lector». La forma constituye la base intencional del acontecimiento noticioso, de su orientación hacia el público, y explica por qué unas historias periodísticas influyen más que otras, por el modo en el que el conocimiento público es vulnerable a ellas.

Todo lo dicho comporta una concepción literaria del periodismo que asemeja las noticias a los relatos de ficción. El papel del analista consistirá en identificar los principios narrativos mediante los cuales damos sentido a una historia, e interpretarlos a la luz del contexto de su producción y fruición.

2. Elementos de análisis narrativo

Desde el giro lingüístico que la sociología experimentó a mediados del siglo XX, numerosos sociólogos han incorporado en sus trabajos la dimensión narrativa de la vida social, ya sea por incluir «datos narrativos» en el conjunto de registros susceptibles de análisis sociológico, ya sea por observar los propios «hechos»

13. SCHUDSON, M. (2006). «Entre la anarquía del evento y la ansiedad del relato». *Cuadernos de Información*, 19, 14-21, p. 17.

14. SCHUDSON, M. (2000). «The Sociology of News Production Revisited (Again)». CURRAN, J.; GUREVITCH, M. (eds.). *Mass Media and Society*. Londres: Arnold.

sociales como textos narrativos¹⁵. Esta correlación entre acciones sociales y formas narrativas resulta central en nuestro estudio. Las historias contienen actores, acciones y fines, cambios de situación, eventos trascendentales y hechos anecdóticos que se articulan en un espacio y en un tiempo dados, como cualquier vida humana. En los relatos, el tiempo tiene además una función doble, pues es el elemento constitutivo tanto de los medios de la representación narrativa (el lenguaje) como del objeto de esta representación (las acciones de la historia)¹⁶. Este doble juego del tiempo, a caballo entre la realidad y la ficción, conecta el relato con la vida, trasciende los límites analíticos de la semiótica narrativa y entronca las historias con el mundo real, donde toda narración, según explica P. Ricoeur, «se revela al oyente o al lector en la capacidad que tiene la historia de ser continuada»¹⁷.

El relato establece así un «pacto» de verosimilitud con el público. En los relatos noticiosos, este acuerdo asume la creencia de intercambiar hechos reales, no imaginados. Pero la dimensión narrativa de un «mundo posible» al margen de la vida real, en el que el público entra y acepta las reglas que lo rigen, es común a cualquier tipo de relato, y se basa en la distinción ontológica entre la acción real y la acción narrada, ya sea ésta fáctica o ficticia.

El contrato invita, pues, al público a admitir una retórica o presentación convencional que distingue la situación comunicativa que se establece dentro del relato de aquella que ocurre fuera de él¹⁸. El periodista y el público asumen, respectivamente, los papeles de «narrador» y «audiencia implícita» y comparten un «contenido cultural» de formas de vida, valores, pensamientos, sensibilidades y afectos que puede coincidir o no con las ideologías de periodistas, medios de comunicación y destinatarios reales.

El contenido cultural adopta una textura moral, al proyectarse generalmente en la forma de sujetos que actúan movidos por fines. Para llegar a él, señalaremos una doble vía que denominaremos «ético-cognitiva». Se trata de un análisis textual centrado en aquellos elementos de la narración a través de los cuales el público procesa mentalmente el relato —por ejemplo, selecciona y esquematiza los hechos o plantea hipótesis sobre el desarrollo de la acción— como un conjunto de indicios que orientan a la historia hacia un fin determinado¹⁹. El enfoque ético interpreta tales fines como tipos de acción o comportamiento humano, pues asume que la forma narrativa predispone el conocimiento del público hacia el juicio moral de los hechos.

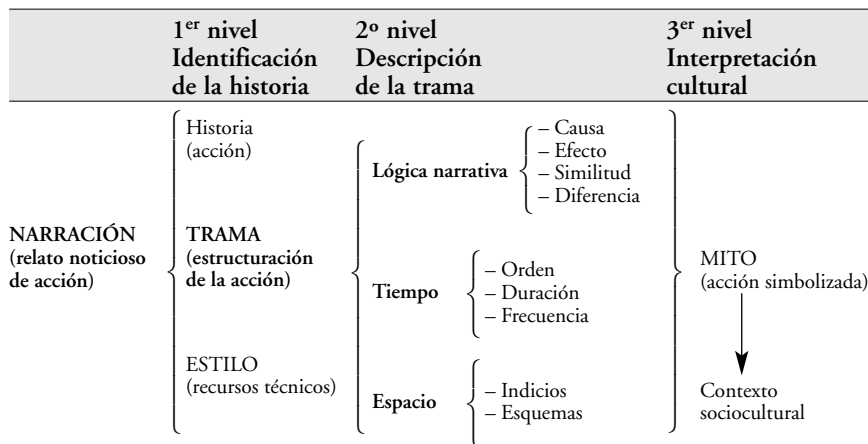
15. NASH, C. (1990). «How Primordial is Narrative?». En: BELL, C. (ed.). *Narrative in culture. The Uses of Storytelling in the Science, Philosophy and Literature*. Londres: Routledge, p. 172-198.

16. FRANZOSI, R. (1998). «Narrative Analysis-Or Why (And How) Sociologists Should be Interested in Narrative». *Annual Review of Sociology*, 24, p. 517-554.

17. RICOEUR, P. (1987). *Tiempo y narración II*. Madrid: Ediciones Cristiandad, p. 138.

18. MOLINA, C. (2007). «Cómo se analiza una novela. Teoría y práctica del relato II». *Per Abbat*, 2, p. 47-72.

19. COSTABILE, K. A.; KLEIN S. B. (2008). «Understanding and Predicting social events: the effects of narrative construction on inference generation». *Social Cognition*, 26 (4), p. 420-437.

Gráfico 1. Fases de interpretación cultural

Fuente: elaboración propia a partir de PANOFSKY, E. (1995). *El significado en las artes visuales*. Madrid: Alianza Forma; y BORDWELL, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós.

Esta doble aproximación al relato proyecta un esquema de análisis ordenado en tres niveles de interpretación que ilustramos en el gráfico 1. Este procedimiento de análisis en tres etapas trata de asemejarse a la lectura iconológica sugerida por E. Panofsky²⁰ para el análisis de las representaciones visuales, así como a la propuesta de C. S. Peirce para el estudio de los signos²¹. El esquema asume la triple dimensión, significativa, cognoscitiva y ontológica, de las representaciones simbólicas (símbolo es todo aquello que, en su «aspecto sensible», hace venir al «pensamiento» otra «cosa»)²².

El primer nivel de análisis consiste en diferenciar la «historia» de la «trama» (la «historia» del «discurso» según los términos acuñados por la narratología contemporánea). La distinción se remonta a Aristóteles. En la *Poética*, el filósofo advirtió que una cosa eran las acciones, los sucesos de la historia, y otra, la «estructuración» o «composición de los hechos» por la que una historia más o menos conocida (la leyenda de Ulises) se convierte en un relato singular (*La Odisea* de Homero)²³.

El segundo nivel se centra en describir la «trama», término que hemos subrayado por considerarlo la clave de un análisis simbólico-narrativo o formal. Confecionar la trama o dar forma a los sucesos entraña el uso de unas técnicas narrativas que, en retórica clásica, se corresponden con las figuras de la *elocutio*,

20. PANOFSKY, E. (1995), op. cit.

21. CASTAÑARES, W. (2007). «La semiótica de Peirce». *Anthropos*, 212, p. 132-139.

22. TODOROV, T. (1991). *Teorías del símbolo*. Caracas: Monte Ávila Latinoamericana.

23. ARISTÓTELES (1974). *Poética*. 1450b 23-24. Madrid: Gredos.

es decir, las formas elegidas por el orador para construir el discurso. La elección de unos u otros mecanismos depende, lógicamente, de los fines expresivos y estilísticos del medio. Desde una perspectiva ético-cognitiva, el analista atenderá a los principios más básicos del conocimiento narrativo, tales como la «lógica de las acciones», el «tiempo» y el «espacio» destacados por D. Bordwell en el estudio del relato de ficción²⁴. La «lógica de las acciones» hace referencia al orden normal en el que el público construye la historia enlazando los hechos como una cadena de causas y efectos. La trama puede respetar este orden y también puede hacer que los sucesos discurran de forma distinta, de modo que impidan o compliquen la construcción de relaciones causales, mediante el control de la «cantidad» y la «relevancia» de los datos a los que el público tiene acceso o la «correspondencia» entre los hechos sucesivos de la historia y los que definitivamente son presentados en el relato. El «tiempo» designa la estructuración elemental de los sucesos en la que éstos se suceden episódicamente desde el principio hasta el fin. A partir de este sentido de finalidad, la trama puede trastocar el «orden», la «duración» y la «frecuencia» de los acontecimientos de la historia. Por último, el «espacio» remite a los «esquemas» de conocimiento²⁵ que usamos para reconocer los estímulos visuales y sonoros que el relato nos presenta. Igualmente, la trama puede facilitar la configuración del lugar en el que suceden los hechos mediante indicios perceptivos que muestran posiciones y entornos relevantes u obstaculizar la representación del espacio.

El tercer nivel constituye propiamente la lectura cultural del relato. Es la interpretación de las relaciones lógicas, temporales y espaciales entre la trama y la historia. Esta etapa se dirige a descifrar el «mito» —«la acción imitada»—, que Aristóteles identificó con la acción acabada, completa, a la que remiten los acontecimientos. En términos similares, Ricoeur habla de «enunciado» (historia), «enunciación» (trama) y «mundo del texto» (acción). Siguiendo a este autor, entendemos el mito como el contenido moral que la narración proyecta hacia el mundo de la vida, precisamente por ser el relato la representación de acción humana —o de personas que actúan—, susceptible de una evaluación ética²⁶.

3. Las noticias en el contexto cultural de la inmigración

La cuestión social de la inmigración ha suscitado un interés creciente por explicar los efectos de las noticias cuyos mensajes asocian generalmente la inmigración a problemas sociales como la violencia, la delincuencia o el paro. A partir de este presupuesto, los medios de comunicación representarían un factor fundamental de rechazo a los inmigrantes por parte de la comunidad de acogida debido a que potencian opiniones y actitudes de exclusión, racismo y xenofobia²⁷.

24. BORDWELL, D. (1996), op. cit.

25. Cfr. AUMONT, J. (1992). *La imagen*. Barcelona: Paidós.

26. RICOEUR, P. (1987), op. cit.

27. GALÁN, E. (2006). «La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido. *El Comisario y Hospital Central*». *Revista Latina*

El objetivo de este apartado es mostrar que esta suposición no resulta tan clara si reflexionamos sobre algunos de los recientes estudios sobre efectos, en concreto, sobre aquellos que, vinculados a la teoría del *framing*, han tratado de avanzar en el análisis del proceso cognitivo por el cual los medios afectan a creencias y actitudes sobre la inmigración en España. A propósito de esta línea de investigación, planteamos la necesidad de un enfoque simbólico-narrativo que ejemplificamos mediante la lectura de una noticia: la agresión racista a una menor en un tren de cercanías de Barcelona en octubre de 2007.

3.1. Inmigración, noticias y «efectos» cognitivos

Numerosas investigaciones han tratado de demostrar empíricamente la correlación entre tratamientos periodísticos de la inmigración y reacciones del público. Experimentos sobre el llamado «efecto *framing*» —la «teoría del encuadre», que pone el acento en la forma de enmarcar la información como aspecto decisivo del impacto social— han avanzado en el proceso de evidenciar el modo en el que determinados «mecanismos de encuadre», como, por ejemplo, el origen latino o árabe de la persona o del colectivo inmigrante, responden a la aplicación de determinados conocimientos que se activan en el proceso de recepción de la noticia. Estos dispositivos influirían espontáneamente en la formulación de creencias y actitudes. Así, por ejemplo, trabajos como el de Igartua y otros²⁸, en el caso español, certifican el modo en el que tratamientos negativos de la inmigración propician creencias y actitudes negativas en el público, y, por el contrario, enfoques positivos de la noticia determinan opiniones a favor de los inmigrantes.

No obstante, quedan fuera del estudio factores espacio-temporales y del contexto social, decisivos en la percepción pública. Por ejemplo, variables como el paro podrían dar un vuelco en la opinión general. En este caso, el estudio citado asume que una parte de la opinión pública asocia la inmigración a efectos positivos en la economía. ¿Se mantiene esta percepción en la actualidad con las cifras de paro en España? Las variables independientes empleadas por estos autores no dejan de estar fuertemente condicionadas al tiempo y al contexto sociocultural en el que unos mensajes son manipulados de antemano para perseguir diferentes encuadres noticiosos.

En contraste, un trabajo publicado en Alemania sobre el modo en el que los contenidos noticiosos influyen en las actitudes contra la inmigración amplía

de *Comunicación Social*, 61. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200608galan.htm>; MARTÍNEZ, R. (1998). «Minorías en los medios de comunicación. 1997. Año Europeo contra el racismo». *Revista Latina de Comunicación Social*, 5. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/99s2corcuera.htm>; GIORDANO, E. (1996). «Propaganda racista y exclusión social del inmigrante». *CIC*, 2, p. 167-178.

28. IGARTUA, J. J. y otros (2008). «Encuadrar la inmigración en las noticias y sus efectos socio-cognitivos». *Palabra Clave*, 11, 1, p. 87-107.9). «How news content influences anti-immigration attitudes: Germany, 1993-2005». *European Journal of Political Research*, 48, p. 516-542.

el campo de observación a un periodo de tiempo que va desde 1993 hasta 2005²⁹. En un nivel de análisis macrosocial, el artículo muestra que las actitudes en torno a la inmigración no son estables, sino que cambian a lo largo del tiempo, puesto que se ajustan a ciertos periodos y países, así como a variables económico-políticas, como el desempleo, las políticas de acogida o el número de inmigrantes.

Un análisis narrativo tendría que ser capaz de analizar las noticias en su contexto espacio-temporal, de acuerdo con patrones más generales de cómo el público percibe la historia. Según el esquema de lectura propuesto en el gráfico 1, la propia narración noticiosa de los hechos contendría las claves para interpretar los «efectos» cognitivos; el relato incorporaría los valores culturales del entorno que encaminarían hacia una o otra interpretación pública del suceso.

3.2. *Historia, trama y mito de la agresión racista en un tren*

La agresión racista a una menor en un convoy de los ferrocarriles de la Generalitat en octubre de 2007 generó un circo mediático que se prolongó durante dos semanas en los medios de comunicación españoles y extranjeros. Las cámaras de seguridad del tren grabaron las imágenes. Y las televisiones y páginas web las difundieron reiterativamente, identificaron la nacionalidad de la menor ecuatoriana y revelaron los motivos racistas y xenófobos de la agresión. Los medios de comunicación, que al principio se limitaron a dar a conocer el altercado, después pasaron a convertirse en objeto de la polémica. El Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC)³⁰ se pronunció en contra de la representación seriada de unas imágenes que vinculaban a las mujeres inmigrantes con las víctimas de la violencia física, el empleo de un lenguaje sensacionalista y de técnicas visuales que convirtieron las imágenes en un espectáculo social.

La autorreflexión que provocó el hecho da pie a una consideración más detenida de los argumentos en contra de los periodistas, y el modo en el que éstos reflejan, en la práctica, algunas de las principales líneas teóricas antes mencionadas que desarrollan el presupuesto «materialista» de los efectos y del poder mediáticos. La crítica a los medios asumió, por un lado, la creencia en la relación más o menos directa entre la cantidad de informaciones y el impacto social de las noticias sobre la agresión que parecían contribuir a reafirmar prejuicios racistas y a reforzar estereotipos sociales. Por otro, esta visión asumió también un poder fáctico de los medios, es decir, una influencia más o menos decisiva de los medios en las opiniones y actitudes ciudadanas.

29. BOONGAARDEN, H.; VUEGENTHART, R. (2009). «How news content influences anti-immigration attitudes: Germany, 1993-2005». *European Journal of Political Research*, 48, p. 516-542.

30. CAC (2008). *Tractament televisiu de l'agressió als FGC*. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (www.cac.cat).

A propósito del discurso que sobreestimó negativamente el papel de los medios, planteamos la tesis que defendieron los propios periodistas, quienes remarcaron una influencia positiva de las noticias en la audiencia³¹.

La muestra analizada contiene todas las noticias, crónicas, reportajes y opiniones publicadas en torno al suceso desde el 23 de octubre hasta el 2 de noviembre de 2007 en *El Mundo*, *El País*, *La Vanguardia*, *El Periódico de Cataluña*, *El Universo*, así como en los gratuitos *ADN*, *20 Minutos* y *Latino*. Las opiniones e interpretaciones vertidas en estos medios nos han permitido perfilar los discursos a favor y en contra del tratamiento informativo del caso. El análisis narrativo que desarrollamos en los párrafos que siguen se basa en las noticias, el género periodístico que adoptaron prácticamente todos los relatos sobre el hecho.

3.2.1. Identificación de la historia

El esquema de lectura en tres niveles propuesto en el gráfico 1 ha marcado la pauta de un análisis centrado en la «forma» narrativa que adquirió la historia narrada, frente al «contenido» de los textos y de las imágenes. Según este enfoque formal, hemos ido confeccionando el relato desde su aparición hasta su desaparición en los periódicos. Para proceder a esta construcción, hemos concebido cada una de las noticias como «acciones» equiparando los elementos noticiosos de «qué», «quién», «cuándo», «dónde» y «por qué» a los correspondientes aspectos básicos de la acción: «acción», «agente», «tiempo», «espacio» y «fin» (motivación). De este modo, hemos considerado cada noticia como unidad básica de estudio y, a su vez, hemos abstraído y sintetizado su contenido en la acción elemental a la que la noticia remite del modo siguiente: «Sergi Xavier, un joven de 21 años, arremete contra la niña ecuatoriana el 7 de octubre en el vagón de un tren (el vídeo sale a la luz el día 22) por motivos xenófobos»; «Sergi Xavier hace declaraciones polémicas en Santa Coloma de Cervelló (Barcelona) tras su puesta en libertad el 23 de octubre para justificar su actitud»; «La Fiscalía decide recurrir la decisión judicial de dejar en libertad provisional a Sergi Xavier el 26 de octubre en Sant Boi de Llobregat porque no comparte la sentencia del juez»; etc. Por cada periódico, hemos ido enumerando todas las noticias según la acción que describen los principales elementos noticiosos. Luego, hemos destacado aquellas acciones que se repiten en todos los medios.

A partir de este elenco de acciones redundantes, hemos procedido a la construcción de la *historia*, primera fase del análisis cultural en nuestro esquema de lectura. Esta primera aproximación al relato ha consistido en identificar la historia a la que remiten las acciones destacadas por todos los periódicos, disponiéndolas consecutivamente de principio a fin. Según esta reconstrucción lineal,

31. Cfr. *El Mundo*. «Editorial», 25 de octubre de 2007, p. 3; LARRAYA, J. M. «La patada». *El País*, 28 de octubre de 2007, p. 33; FORASTEROS, D.; GARCÍA, J. «Un racismo de baja intensidad». *El País*, 3 de noviembre de 2007, p. 40; CAMPO VIDAL, M. «Gracias a los medios». *ADN*, 29 de octubre de 2007.

Tabla 1. Tipificación de la historia

Causa: racismo, xenofobia.

Ejecución: ataque e insultos en el tren.

Principio de investigación: imágenes de la agresión.

Clarificación: reconstrucción de los protagonistas, hechos, motivos, etc.

Encubrimiento: justificación del agresor.

Investigación: interrogatorio, libertad provisional, intervención de la Fiscalía.

Identificación y castigo del culpable.

Consecuencia: el agresor queda libre.

 Fuente: elaboración propia.

la historia comienza con la agresión racista en el tren el día 7 de octubre de 2007. El relato prosigue con el descubrimiento del culpable aproximadamente dos semanas después, gracias al registro de las imágenes captadas por las cámaras de seguridad del vagón, la investigación judicial, la decisión inicial del juez de dejar en libertad al culpable, la intervención de la Fiscalía, las declaraciones públicas del agresor y la nueva puesta en libertad del delincuente.

En esta composición cronológica, observamos que el relato parecía ajustarse a una de las fórmulas prototípicas de las informaciones periodísticas caracterizadas como «sucesos». La fórmula del suceso vincula los hechos según la lógica causal de «ruptura de la norma», «información del hecho», «identificación del culpable» y «atribución de la culpa»³². A partir de esta observación, comparamos esta lógica causal a la de las «historias fórmula» características de otras narraciones populares, donde el público se enfrenta a la acción desde el conocimiento de hacer justicia y sancionar al agresor³³. Este parecido nos permitió elaborar un esquema narrativo muy básico que atendía a la comprensión popular: el acto vejatorio, sus causas —racismo y xenofobia, en este ejemplo—, el modo de ejecución, el descubrimiento y la sanción. De este modo, sintetizamos la historia enunciándola en los términos populares de «el castigo del culpable» (tabla 1), con el objetivo de enunciar sintéticamente el fin esperado por el público y, consecuentemente, su predisposición hacia la valoración ética de los hechos.

3.2.2. Descripción de la trama

Tras identificar la historia, procedimos a analizar la trama o el relato de los hechos tal y como los periódicos lo presentaron. Por lo general, la trama perio-

32. Cfr. GALLEGU, J. (2003). *La información de sociedad. Del suceso a la calidad de vida*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

33. CAWELT, J. G. (1977). *Adventure, Mystery and Romance. Formula Stories as Art and Popular Culture*. Chicago/Londres: University of Chicago Press.

dística respetó el *orden* lineal de la historia en las secuencias de acciones centradas en la «investigación» del suceso. Pero la narración intercaló el «principio de búsqueda» al inicio. En contraste con la historia ideal, la trama periodística empezó, pues, con las imágenes grabadas por las cámaras de seguridad del tren, de modo que la acción identificó al culpable y los motivos de la agresión. Al trastocar el orden, la trama trastocó la fórmula prototípica de las historias de detectives. En los relatos clásicos del género, el público sabe que al principio casi nadie resulta ser el culpable y que las primeras impresiones pueden ser engañosas³⁴. Por el contrario, la representación mediática de la agresión en el tren puso en evidencia la culpabilidad de Sergi Xavier M. M. desde el comienzo. El relato prosiguió con las fases de la investigación y, frente a lo esperado, acabó con puesta en libertad del culpable.

La trama también cambió el ritmo temporal de la historia, puesto que dilató la *duración* de las fases de la «investigación» judicial y aumentó la *frecuencia* de la «ejecución» del acto delictivo mediante su reiteración.

Por su parte, el *espacio* narrativo abrió el lugar de los hechos —el interior del tren— a los exteriores de Santa Coloma de Cervelló (Barcelona), España y Ecuador. Todo ello contribuyó a posponer la resolución de la historia y a aumentar las expectativas de que el agresor recibiera su merecido.

La historia «el castigo del culpable», tal y como la denominados antes, fue trasfigurada por el relato periodístico en «una agresión sin castigo». Frente al carácter marginal, episódico y excepcional de agresiones tipificadas como sucesos, el relato de la agresión en el tren perduró en la agenda periodística durante dos semanas. La invisibilidad cotidiana del vagón de tren y los exteriores cercanos del municipio barcelonés de Santa Coloma de Cervelló se convirtieron en escenarios nacionales, e incluso transnacionales, al proyectarse dicho escenario intimista hacia Ecuador, el país de origen de la víctima, y otros entornos más allá de nuestras fronteras.

3.2.3. Interpretación cultural

Al trastocar la lógica, el tiempo y el espacio de la historia ideal, la trama cambió ciertas pautas comunes a las informaciones de agresiones normalizadas como sucesos informativos. Los sucesos violentos suelen provocar un efecto sancionador que condiciona el acceso de los medios a las fuentes implicadas³⁵. Éstas suelen mostrarse herméticas a las exigencias de los medios, y la noticia desaparece. La trama de la agresión en el tren transformó la relación entre el periodista y el actor. El culpable respondió a las demandas de información (y a los intereses de rentabilizar su actuación económicamente). Sin embargo, su popularidad se alejó de aquella otra propia de los actores de sucesos que se ven agasajados por una información elogiosa, no punitiva. Fue la notoriedad de una personalidad arrogante, agresiva y falta de autocontrol. Y esta caracterización negativa potenció el vínculo del agresor con los motivos racista y xenófobo.

34. Ibídem.

35. Cfr. GALLEGU, J. (2003), op. cit.

La imagen popularizada del agresor rebotó en las televisiones y en las páginas web. En este caso, los medios pudieron servir de plataforma privilegiada para la representación narrativa de un sentimiento popular en contra del racismo y la xenofobia contenidos en las noticias acerca del altercado. Estas actitudes dejaban de identificar al personaje en cuestión para convertirse en calificativos de un tipo social más amplio, un «racismo de baja intensidad» —términos periodísticos que se utilizaron en el caso de la agresión racista en el tren de Barcelona—, cuyo perfil corroboran estudios sociológicos recientes³⁶. Un trabajo del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)³⁷ destaca tres lógicas discursivas de los españoles a favor y en contra de los inmigrantes, «nacionalista», «culturalista» e «igualitaria». Los tres discursos parecen articularse actualmente entre sí, lo cual da lugar a diferentes visiones del inmigrante que no tienen un referente unívoco (en las opiniones se deslizan criterios sociales, étnicos o culturales). En dichas visiones, ni los xenófobos ni los racistas representan a la mayoría de los españoles. Pero la pluralidad de concepciones sobre la identidad propia y la ajena presenta un componente de rechazo y discriminación que da por buenos algunos aspectos de la modernización y del progreso social en España, precisamente aquéllos que propician actitudes de exclusión o segregación³⁸. Pese a que los ciudadanos españoles parecían ser más tolerables a la inmigración que otros países europeos, se advierte un clima social reticente hacia los inmigrantes, debido fundamentalmente a macrovariables de ideología, educación y clase que predisponen cognitivamente y simbólicamente el sentimiento popular³⁹.

Conclusiones

Desde sus inicios, los estudios sociológicos sobre influencia mediática se han polarizado en torno al presupuesto material del que parten teorías funcionalistas como el modelo de la agenda *setting*, que incide en el poder de los medios para «fijar» en la audiencia creencias o actitudes, y la hipótesis de los «efectos limitados», según la cual un público activo neutraliza el alcance de los mensajes. Paralelamente, este presupuesto posiciona a la teoría crítica, alternativa a la funcionalista, en los extremos de la «hegemonía» cultural y de la «resistencia».

Frente a estas perspectivas, el marco teórico de la «sociología cultural» sitúa las cuestiones sobre la influencia social del periodismo, y, en general, de los medios de comunicación, en una dimensión simbólica que trasciende la división de las teorías anteriores, y explica la relación entre medios y audiencias,

36. Cfr. AYERDI, P.; DÍAZ DE RADA, V. (2008). «Perfiles sociales de la opinión pública española sobre la inmigración». *RIS*, LXVI, núm. 50, p. 95-127.

37. COLECTIVO IOÉ (1995). *Discurso de los españoles sobre los extranjeros. Paradojas de la alteridad*. Madrid: CIS.

38. COLECTIVO IOÉ (1999). «El desafío intercultural. Españoles ante la inmigración». En: AA.VV. *La inmigración extranjera en España. Los retos educativos*. Cfr. AYERDI, P.; DÍAZ DE RADA, V. (2008).

39. Cfr. AYERDI, P.; DÍAZ DE RADA, V. (2008), op. cit.

mensajes y efectos en la naturaleza eminentemente cultural de la praxis periodística. La teoría cultural plantea un análisis de los medios en su entorno específico —el de la cultura y el poder simbólico— y apunta a la «autonomía cultural» como presupuesto teórico en el que hemos planteado un modelo alternativo al de los efectos mediáticos.

Una noticia cualquiera, en un contexto social determinado, adopta una forma o arquitectura narrativa que contiene una estructura de acción o praxis social. Los aspectos «formales» remiten, entonces, a un contexto referencial más amplio donde el periodista se asemeja a un contador de historias que, inmerso en una tradición cultural, contrae una serie de asunciones comunes sobre el mundo que narra.

Introducidas las categorías narrativas, estaríamos en condiciones de plantear un análisis cultural de los «efectos» que determinadas informaciones periodísticas han podido causar en el público. En lugar de analizar si las noticias afectan cuantitativa y efectivamente en las actitudes de la sociedad, la interpretación simbólica de la forma narrativa nos permitiría examinar las condiciones, tanto del relato noticioso como del «ambiente» cultural, en las que noticias concretas han sido capaces de influir más o menos en la audiencia. El grado de afectación depende del modo en el que los hábitos cognitivos y las valoraciones éticas del público son vulnerables a la forma que adquiere el relato en el contexto específico en el que los medios lo cuentan.

A modo de ejemplo, hemos visto que la historia de la agresión racista en el tren de Barcelona fue tipificada como «suceso». El hecho fue protagonizado por individuos anónimos, un joven de estética *skin* y una menor ecuatoriana, en un escenario marginal. Se trató de una noticia episódica que pasó a formar parte de la actualidad informativa por su carácter de incidente violento, acogerse a lo extraordinario y romper, significativamente, la norma y el orden sociales. Sin embargo, la estructuración de las acciones en la trama nos ha permitido plantear la presencia de rasgos de solidaridad y proximidad a las personas inmigrantes que, difundidos más allá de las fronteras españolas, desvelaron un sentimiento popular en contra de la xenofobia y el racismo.

Referencias bibliográficas

- ALEXANDER, J. C. (2003). *The Meanings of Social Life: A Cultural Sociology*. Oxford/Nueva York: Oxford University Press.
- ARISTÓTELES (1974). *Poética*. Madrid: Gredos.
- AUMONT, J. (1992). *La imagen*. Barcelona: Paidós.
- AYERDI, P.; DÍAZ DE RADA, V. (2008). «Perfiles sociales de la opinión pública española sobre la inmigración». *RIS*, vol. LXVI, 50, p. 95-127.
- BOOMGAARDEN, H.; Vliegenthart, R. (2009). «How news content influences anti-immigration attitudes: Germany, 1993-2005». *European Journal of Political Research*, 48, p. 516-542.
- BORDWELL, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós.
- CAC (2008). *Tractament televisiu de l'agressió als FGC. Consell de l'Audiovisual de Catalunya* (www.cac.cat).

- CASTAÑARES, W. (2007). «La semiótica de Peirce». *Anthropos*, 212, p. 132-139.
- CAWELTI, J. G. (1977). *Adventure, Mystery and Romance. Formula Stories as Art and Popular Culture*. Chicago/Londres: University of Chicago Press.
- COLECTIVO IOÉ (1995). *Discurso de los españoles sobre los extranjeros. Paradojas de la alteridad*. Madrid: CIS.
- (1999). «El desafío intercultural. Españoles ante la inmigración». En: AA VV. *La inmigración extranjera en España. Los retos educativos*. Fundación La Caixa, p. 176-213.
- COSTABILE, K. A.; KLEIN S. B. (2008). «Understanding and Predicting social events: the effects of narrative construction on inference generation». *Social Cognition*, 26, 4, p. 420-437.
- FRANZOSI, R. (1998). «Narrative Analysis-Or Why (and How) Sociologists Should be Interested in Narrative». *Annual Review of Sociology*, 24, p. 517-554.
- FUSTES, C.; LUENGO, M.; SOTO, O. (2008). «The interaction among the citizens' agenda, the media agenda and the political agenda in the process of the configuration of public opinion in Spain: housing, gender based violence and homosexual marriage». *The 2nd ECPR Graduate Conference*, Barcelona (www.essex.ac.uk/ecpr/events/graduateconference/barcelona/papers/281.pdf).
- GALÁN, E. (2006). «La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido. El Comisario y Hospital Central». *Revista Latina de Comunicación Social*, 61. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200608galan.htm>.
- GALLEGO, J. (2003). *La información de sociedad. Del suceso a la calidad de vida*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- GEERTZ, C. (1990). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- GIORDANO, E. (1996). «Propaganda racista y exclusión social del inmigrante». *CIC*, 2, p. 167-178.
- GONZÁLEZ, J. J.; REQUENA, M. (eds.) (2005). *Tres décadas de cambio social en España*. Madrid: Alianza Editorial.
- HALL, S. (1980). «The Television Discourse: Encoding and Decoding». En: HALL, S.; HOBSON, D.; LOWE, A.; WILLIS, P. (eds.). *Culture, Media, Language*. Londres: Routledge.
- IGARTUA, J. J. y otros (2008). «Encuadrar la inmigración en las noticias y sus efectos socio-cognitivos». *Palabra Clave*, 11, 1, p. 87-107.
- LUENGO, M. (2006). «Fundamentos y carencias de los estudios culturales: una revisión teórico-crítica del ámbito popular cultura». *REIS*, 115, p. 101-133.
- (2008). «El producto cultural: claves epistemológicas de su estudio». *ZER*, 13, 24, p. 317-335.
- LULL, J. (2008). «Los placeres activos de expresar y comunicar». *Comunicar*, 30, p. 21-26.
- MARTÍNEZ, R. (1998). «Minorías en los medios de comunicación. 1997. Año Europeo contra el racismo». *Revista latina de Comunicación Social*, 5. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/99s2corcuera.htm>.
- MCCOMBS, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- MOLINA, C. (2007). «Cómo se analiza una novela. Teoría y práctica del relato II». *Per Abbat*, 2, p. 47-72.
- NASH, C. (1990). «How Primordial is Narrative?». En: BELL, C. (ed.). *Narrative in culture. The Uses of Storytelling in the Science, Philosophy and Literature*. Londres: Routledge, p. 172-198.

- PANOFSKY, E. (1995). *El significado en las artes visuales*. Madrid: Alianza Forma.
- RICOEUR, P. (1987). *Tiempo y narración II*. Madrid: Ediciones Cristiandad.
- SCHUDSON, M. (1989). «How Culture Works: Perspectives from Media Studies on the Efficacy of Symbols». *Theory and Society*, 18, 2, p. 153-180.
- (2000). «The Sociology of News Production Revisited (Again)». En: CURRAN, J.; GUREVITCH, M. (eds.). *Mass Media and Society*. Londres: Arnold.
- (2003). *The Sociology of News*. Nueva York: Norton.
- (2006). «Entre la anarquía del evento y la ansiedad del relato». *Cuadernos de Información*, 19, p. 14-21.
- THOMPSON, J. B. (1998). *Los medios y la modernidad. Una teoría de la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- TODOROV, T. (1991). *Teorías del símbolo*. Caracas: Monte Ávila Latinoamericana.

Publicaciones periódicas

El Mundo

El País

El Universo

La Vanguardia

Latino

ADN

20 Minutos

María Luengo Cruz es profesora de Teoría de la Comunicación Mediática y Periodismo Social en la Universidad Carlos III de Madrid. Se licenció en Ciencias de la Información (Periodismo) y obtuvo el grado de Doctor con el título honorífico de Doctor Europeo por la Universidad de Navarra. Es autora de otros artículos sobre epistemología de la comunicación, estudios culturales y periodismo. Recientemente, ha publicado estudios en *REIS* y *ZER*.
